5-17-02

# BEST AVAILABLE COPY

#### SYSTEM FOR MANAGING ADVERTISEMENT EFFECT MEASUREMENT

Patent number:

JP2002140616

**Publication date:** 

2002-05-17

Inventor:

OZEKI SHIGEO; USAMI NOBUNORI

Applicant:

AXIV COM INC

**Classification:** 

- international:

G06F17/60

- european:

Application number:

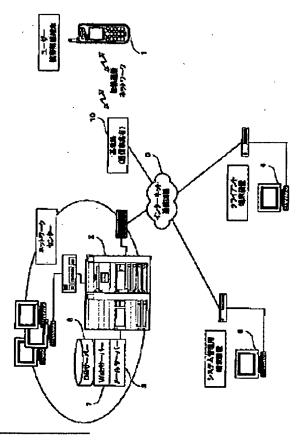
JP20000336516 20001102

Priority number(s):

JP20000336516 20001102

#### Abstract of JP2002140616

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide an advertisement effect measurement management system capable of accurately measuring the advertising effects of an off-line advertisement. SOLUTION: A computer system for evaluating the advertising effect in various advertising media of a company offline, is provided with a campaign database including campaign specific information for specifying a campaign or an advertising medium provided by each company and a mail address made to correspond to the campaign or the advertising medium and an application database in which the input information of a user who applies for advertising effect measurement by the campaign or the advertising medium by using the mail address carried on the advertising medium, performs the advertising effect measurement by the campaign or the advertising medium in such a manner that a user transmits e-mail to the mail address carried on the advertising medium by a portable radio terminal through a communication network including the Internet and accurately measures the advertising effects by taking advertising effects by off-line into consideration.



Data supplied from the esp@cenet database - Worldwide

#### (19)日本国特許庁 (JP)

## (12)公開特許公報 (A)

#### (11)特許出願公開番号 特開2002-140616

(P2002-140616A)(43)公開日 平成14年5月17日(2002.5.17)

(51) Int. Cl. 7	識別記号	FI		テーマコート・	(参考)
G06F 17/60	326	G06F 17/60	326	5B049	
	ZEC		ZEC		
·	170		170	Α	

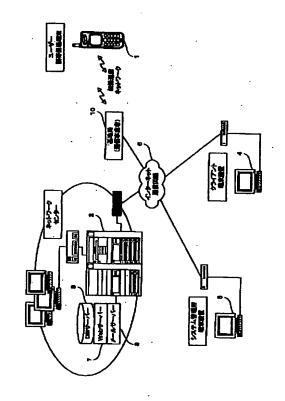
		審査請求 未請求 請求項の数10 OL (全14頁)
(21)出願番号	特願2000-336516(P2000-336516)	(71)出願人 500148662
		株式会社アクシブドットコム
(22)出願日	平成12年11月2日(2000.11.2)	東京都渋谷区神泉町11番7号 セロンビル
	•	7 F
		(72)発明者 尾 関 茂 雄
		東京都渋谷区神泉町11番7号 セロンビル
		7 F 株式会社アクシブドットコム内
**		(72)発明者 宇 佐 美 進 典
		東京都渋谷区神泉町11番7号 セロンビル
		7 F 株式会社アクシプドットコム内
	·	(74)代理人 100093399
		弁理士 瀬谷 徹 (外2名)
		Fターム(参考) 5B049 BB49 CC00 CC08 EE02 GG00
		GG09
		1 3303

#### (54) 【発明の名称】広告効果測定管理システム

#### (57)【要約】

【課題】 オフライン広告の正確な広告効果を測定でき る広告効果測定管理システムを提供する。

【解決手段】 オフラインでの企業の各種広告媒体にお ける広告効果を評価するコンピュータシステムにおい て、各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定 するキャンペーン特定情報と、キャンペーン又は広告媒 体に対応付けられたメールアドレスとを含むキャンペー ン・データベースと、広告媒体に掲載されたメールアド レスを用いてキャンペーン又は広告媒体による広告効果 測定に応募したユーザーの入力情報が登録される応募デ ータペースとを備え、キャンペーン又は広告媒体による 広告効果測定を、インターネットを含む通信ネットワー クを介してユーザーが広告媒体に掲載されたメールアド レス宛てに携帯無線端末より電子メールを送信すること によって行い、オンラインによる広告効果を加味するこ とで正確な広告効果を測定するものである。



#### 【特許請求の範囲】

【請求項1】 オフラインでの企業の各種広告媒体にお ける広告効果を評価するコンピュータシステムにおい

各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定する キャンペーン特定情報と前記キャンペーン又は前記広告 媒体に対応付けられたメールアドレスとを含むキャンペ ーン・データペースと、

前記広告媒体に掲載されたメールアドレスを用いてキャ ンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募したユ 10 ーザーの入力情報が登録される応募データベースとを備 え、

前記キャンペーン又は前記広告媒体による広告効果測定 を、インターネットを含む通信ネットワークを介してユ ーザーが前記広告媒体に掲載されたメールアドレス宛て に携帯無線端末より電子メールを送信することによって 行うことを特徴とする広告効果測定管理システム。

【請求項2】 キャンペーンを行う各企業を特定する企 業特定情報が登録される企業データベースを備え、 クライアント企業からの受注キャンペーン又は広告媒体 20 に対し特定のメールアドレスを発行して割当てるメール アドレス発行手段と、

企業のキャンペーン登録を行い、前記メールアドレスを 各広告媒体に掲載してキャンペーンを開始するキャンペ ーン受注手段と、

前記メールアドレス発行手段により前記キャンペーン又 は広告媒体に対応付けられたメールアドレスをキャンペ ーン・データベースに格納するキャンペーンデータ格納 手段とを備えることを特徴とする請求項1に記載の広告 効果測定管理システム。

【請求項3】 メール送受信機能を有する携帯無線端末 を用いて、キャンペーン又は広告媒体に対応付けられた メールアドレスにユーザーが空のメールを送信して、前 記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応 募を行うキャンペーン応募手段と、

前記ユーザーからの応募メールを受付け該当キャンペー ン又は広告媒体の有無を前記キャンペーン・データベー スより確認するキャンペーン受付手段と、

前記キャンペーンが応募対象期間であれば応募データベ ースを確認しユーザーの応募データが無い場合は前記応 40 募データペースに登録するキャンペーン応募登録手段と を備えることを特徴とする請求項1又は請求項2に記載 の広告効果測定管理システム。

【請求項4】 前記キャンペーン又は広告媒体による広 告効果測定に応募するユーザーからのメールを受信しメ ールアドレス毎のメールボックスを有するメールサーバ ーを備え、

前記キャンペーン受付手段は、ユーザーの携帯無線端末 からの応募送信メールを自動的にキャンペーン又は広告 媒体毎に仕分けることを特徴とする請求項3に記載の広 50 ーン特定情報とメールアドレスとを関連付けて格納し、

告効果測定管理システム。

前記キャンペーン又は前記広告媒体によ 【請求項5】 る広告効果測定に応募するユーザーを特定するID、パ スワード、名前(又は名称)を少なくとも含む会員特定 情報が登録される会員データベースと、

前記キャンペーンを提供するクライアント企業、前記キ ャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募する ユーザー、及びシステム管理者に情報を提供するWeb サーバーとを備え、

前記メールサーバーは、前記ユーザーに前記キャンペー ン又は広告媒体に係わる情報をメールで送信する機能を

前記キャンペーン応募登録手段で登録済みのユーザー に、前記キャンペーンを行う企業の提供情報が掲載され たWebページのURLリンク付きメールを送信する提 供情報URL通知手段と、

メール送受信機能とWebプラウザ機能とを有する携帯 無線端末を用いて、前記ユーザーが前記URLを指定し てWebページを参照し、前記提供情報の懸賞・プレゼ ント等に応募する提供情報応募手段と、

前記ユーザーが参照する提供情報のWe bページへの入 力により、応募データペースから再度該当ユーザーのチ エックを行い、ユーザーが必要事項を入力することによ って会員データベースへの会員登録を行う会員登録手段 と、

ユーザーに応募又は会員登録手続きの完了をメールで通 知する応募登録完了手段とを備えることを特徴とする請 求項1~4のいずれかに記載の広告効果測定管理システ

30 【請求項6】 前記会員登録が完了したユーザーに、前 記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応 募を受付ける度にポイントを付与し、得られたポイント に相当する金券又は商品との交換ができることを特徴と する請求項5に記載の広告効果測定管理システム。

【請求項7】 前記ユーザーが応募した前記キャンペー ン又は広告媒体に係わる広告閲覧効果を、通信ネットワ 一クを介して確認できるレポーティング手段と、

キャンペーン又は広告媒体に係わる応募者データをデー タベースからダウンロードできる応募者データダウンロ ード手段とを備えることを特徴とする請求項1~6のい ずれかに記載の広告効果測定管理システム。

【請求項8】 前記メールアドレスは、ユーザーIDの 部分を複数桁の数字で構成し、少なくとも最初の2桁以 上にキャンペーン・コードを割当て、次の複数桁に自由 コードを割当て、最終桁に誤り訂正のチェックデジット を付加していることを特徴とする請求項1~4のいずれ かに記載の広告効果測定管理システム。

【請求項9】 前記キャンペーン・データベースは、少 なくともキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペ

メールアドレスのキヤンペーン・コードを検索することによってキャンペーン又は広告媒体を一意に識別できることを特徴とする請求項1~4のいずれかに記載の広告効果測定管理システム。

【請求項10】 前記レポーティング手段および応募者 データダウンロード手段は、オンライン応募アクセス と、オフライン応募アクセスとを総合したトータルのアクセス回数を集計して、正確な広告効果の測定を可能に することを特徴とする請求項7に記載の広告効果測定管 理システム。

#### 【発明の詳細な説明】

#### [0001]

【発明の属する技術分野】本発明は、携帯無線端末から オフライン上のキャンペーン又は広告媒体による広告効 果測定への応募を募り、キャンペーンの応募受付や広告 媒体毎の広告効果を測定するシステムに関するものであ る。

#### [0002]

【従来の技術】従来、インターネットの利用が急速に拡 大しつつあり、特にホームページと呼ばれる画像を中心 とする情報を、そのページのアドレスを示すURL (Un iformResource Locator) に従ってアクセスし、Web プラウザと呼ばれるアプリケーションプログラムを利用 して閲覧する利用形態が広範に行われている。このよう なインターネット上のホームページの機能が注目を集 め、オンラインショッピングやアンケート等の商用利用 も急増している。これを受けて、インターネットでもホ ームページにスポンサーが付き、盛んに広告が行われる ようになってきた。しかしホームページ上の広告がどの 程度の広告効果を持つかの評価は、その広告がユーザー 30 によってどの程度見られているのかを把握する必要があ る。そのためには広告を掲載するホームページへのアク セス回数が重要となり、ホームページへのアクセスの実 績を記録するアクセスログ記録等からアクセス回数を集 計して、広告掲載料金決定の指標としていた。

#### [0003]

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、上記従来例におけるインターネットを用いて開設されたホームページを、ユーザーが閲覧してアクセスするような形態ではアクセス回数を直接記録し集計することでオンライ 40ン広告の評価が可能であるが、情報提供者が広告主の企業から受注したキャンペーン等を、インターネットを利用しない一般ユーザーを対象とした街頭の看板、店舗の商品、TVなどの広告媒体を介して行うオフライン広告の場合は、ユーザーが実際に着目した広告の正確な集計ができないので広告効果の評価が不可能であるという問題があった。

【0004】そこで、本発明は、オフラインのキャンペ スを有するメールサーバーを備え、前記キャンペーン受 イン対象毎にメールアドレスを割り振り、ユーザーは携 付手段は、ユーザーの携帯無線端末からの応募送信メー 帯無線端末からこのメールアドレスを使って応募し、デ 50 ルを自動的にキャンペーン又は広告媒体毎に仕分けるこ

ータペースへは各キャンペーンとメールアドレスを対応 させて一意に識別できるように登録することによってオ フライン広告効果が測定でき、オンライン広告をも統合 した広告効果の測定が可能になる広告効果測定管理シス テムを提供することを目的としている。

#### [0005]

【課題を解決するための手段】上記目的を達成するため、請求項1に記載の発明は、オフラインでの企業の各種広告媒体における広告効果を評価するコンピュータシステムにおいて、各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報と前記キャンペーン又は前記広告媒体に対応付けられたメールアドレスとを含むキャンペーン・データベースと、前記広告媒体に掲載されたメールアドレスを用いてキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募したユーザーの入力情報が登録される応募データペースとを備え、前記キャンペーン又は前記広告媒体による広告効果測定を、インターネットを含む通信ネットワークを介してユーザーが前記広告媒体に掲載されたメールアドレス宛てに携帯無20 線端末より電子メールを送信することによって行うことを特徴としている。

【0006】請求項2に記載の発明は、キャンペーンを行う各企業を特定する企業特定情報が登録される企業データペースを備え、クライアント企業からの受注キャンペーン又は広告媒体に対し特定のメールアドレスを発行して割当てるメールアドレス発行手段と、企業のキャンペーン登録を行い、前記メールアドレスを各広告媒体に掲載してキャンペーンを開始するキャンペーン受注手段と、前記メールアドレス発行手段により前記キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスをキャンペーン・データベースに格納するキャンペーンデータ格納手段とを備えることを特徴としている。

【0007】請求項3に記載の発明は、メール送受信機能を有する携帯無線端末を用いて、キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスにユーザーが空のメールを送信して、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を行うキャンペーン応募手段と、前記ユーザーからの応募メールを受付け該当キャンペーン又は広告媒体の有無を前記キャンペーン・データベースより確認するキャンペーン受付手段と、前記キャンペーンが応募対象期間であれば応募データベースを確認しユーザーの応募データが無い場合は前記応募データベースに登録するキャンペーン応募登録手段とを備えることを特徴としている。

【0008】請求項4に記載の発明は、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーからのメールを受信しメールアドレス毎のメールボックスを有するメールサーバーを備え、前記キャンペーン受付手段は、ユーザーの携帯無線端末からの応募送信メールを自動的にキャンペーン又は広告媒体毎に仕分けるこ

30

5

とを特徴としている。

【0009】請求項5に記載の発明は、前記キャンペー ン又は前記広告媒体による広告効果測定に応募するユー ザーを特定するID、パスワード、名前(又は名称)を 少なくとも含む会員特定情報が登録される会員データベ ースと、前記キャンペーンを提供するクライアント企 業、前記キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定 に応募するユーザー、及びシステム管理者に情報を提供 するWebサーバーとを備え、前記メールサーバーが、 前記ユーザーに前記キャンペーン又は広告媒体に係わる 情報をメールで送信する機能を有し、前記キャンペーン 応募登録手段で登録済みのユーザーに、前記キャンペー ンを行う企業の提供情報が掲載されたWebページのU RLリンク付きメールを送信する提供情報URL通知手 段と、メール送受信機能とWebプラウザ機能とを有す る携帯無線端末を用いて、前記ユーザーが前記URLを 指定してWebページを参照し、前記提供情報の懸賞・ プレゼント等に応募する提供情報応募手段と、前記ユー ザーが参照する提供情報のWebページへの入力によ り、応募データベースから再度該当ユーザーのチェック を行い、ユーザーが必要事項を入力することによって会 員データベースへの会員登録を行う会員登録手段と、ユ ーザーに応募又は会員登録手続きの完了をメールで通知 する応募登録完了手段とを備えることを特徴としてい る。

【0010】請求項6に記載の発明は、前記会員登録が 完了したユーザーに、前記キャンペーン又は広告媒体に よる広告効果測定への応募を受付ける度にポイントを付 与し、得られたポイントに相当する金券又は商品との交 換ができることを特徴としている。

【0011】請求項7に記載の発明は、前記ユーザーが 応募した前記キャンペーン又は広告媒体に係わる広告閲覧効果を、通信ネットワークを介して確認できるレポーティング手段と、キャンペーン又は広告媒体に係わる応募者データをデータベースからダウンロードできる応募者データダウンロード手段とを備えることを特徴として いる。

【0012】請求項8に記載の発明は、前記メールアドレスが、ユーザーIDの部分を複数桁の数字で構成し、少なくとも最初の2桁以上にキャンペーン・コードを割 40当て、次の複数桁に自由コードを割当て、最終桁に誤り訂正のチェックデジットを付加していることを特徴としている。

【0013】請求項9に記載の発明は、前記キャンペーン・データペースが、少なくともキャンペーン又は広告 媒体を特定するキャンペーン特定情報とメールアドレス とを関連付けて格納し、メールアドレスのキヤンペーン ・コードを検索することによってキャンペーン又は広告 媒体を一意に識別できることを特徴としている。

【0014】請求項10に記載の発明は、前記レポーテ 50

ィング手段および応募者データダウンロード手段が、オンライン応募アクセスと、オフライン応募アクセスとを 総合したトータルのアクセス回数を集計して、正確な広 告効果の測定を可能にすることを特徴としている。

[0015]

【発明の実施の形態】以下、本発明の実施の形態について図を参照して説明する。図1は本実施の形態における広告効果測定管理システムの構成図である。図1において、1はユーザーが応募に使用するメール送受信機能とWebプラウザ機能を有する携帯無線端末で、インターネット通信回線5とは無線通信ネットワーク、基地局(通信事業者)10を介して接続される。携帯無線端末としては、例えばNTT、docomo iモード対応、或いは他システムの同等機能を有する携帯電話機などの他、無線通信機能を備えた各種モバイル端末(PDA:情報端末、パームトップコンピュータ、ノートパソコンなど)が使用可能である。

【0016】2はネットワーク・センター内に設置され た本システムのネットワーク装置である。3はネットワ ーク装置2内に設置されているメールサーバーで、ユー ザーからのメール応募を受付け、応募に係わる応答のメ ールを送信する。 4 はクライアント企業に設置された P C(パーソナル・コンピュータ)などの端末装置で、レ ポーティング手段を用いて広告閲覧結果を確認できる。 5はインターネット通信回線、6は本システムの管理用 で、全体を管理しスケジュールを監視するための端末装 置である。7はネットワーク装置2内に設置されている Webサーバーで、該当するURLのWebページによ り、ユーザーへの情報の提供やレポーティング処理など を受付け、データベースへの登録、検索処理などを行 う。8は同じくネットワーク装置2内に設置されている データベース・サーバーでキャンペーン・データベー ス、応募データベース、会員データベース、企業データ ベース等が収納されている。

【0017】次に動作について説明する。図2は図1に示す広告効果測定管理システムの全体の業務フローを示す図である。先ず、図2の全体の業務フローに示すように、クライアント(企業)からの発注キャンペーン登録は、発注手続きとして、懸賞応募ページURL、賞品種別(招待券、電化製品、テレカ、旅行券、ゲーム、PC関連…などの種別)、応募方式(アンケート、クイズ等)、賞品金額、当選者合計、抽選日、等を含めてシステムへ通知し発注する(S1)。システムは受注手続きとして(S2)、企業のキャンペーン登録を行い(S3)、メールアドレスを発行する(S4)。

【0018】この、メールアドレスは、企業が提供するキャンペーン又は広告媒体毎に発行されるもので、図6に示すように、ユーザーIDの部分に数字を割振り、キャンペーン用IDとして使用する。

(1)、最初の2数字がキャンペーン毎に付与されるキ

ャンペーン・コード。

- (2)、次の4数字は、キャンペーン毎に企業が自由に 設定できるコードで、広告媒体毎、地域毎の設定などに 使用する。
- (3)、チェックデジットで、(1)、(2)の数値が 正確に記述されているかどうかをチェックするためのも の。
- (4)、ドメイン名でシステム内のネットワーク・セン ターが所有するドメイン名を選択することができる。 というように、キャンペーン又は広告媒体毎に独自のメ 10 ールアドレスを持つので、メールアドレスによってキャ ンペーン又は広告媒体を一意に識別できることになる。 (これがメールアドレス発行手段である)。

【0019】従って、クライアント企業から受注したキ ャンペーンには、予め所定のメールアドレスが付与さ れ、図7のキャンペーン・データベースの一例に示すよ うに、キャンペーン・データペースにキャンペーン名と メールアドレスを対応させ、一意に識別できるように登 録される。なお、図7の中で10はテーブル番号、11 はキャンペーン名、12は発注クライアント企業名、1 3は対応するメールアドレスである。これによって、例 えば、NO1のキャンペーンは、メールアドレス13の キャンペーン・コード「99」から、「サマー」キャン ペーン(賞品ウォークマン、提供企業はABC交通等) と一意に検索・識別することができる。なお図7の、キ ャンペーン名の下段の○は文字を、メールアドレスの下 段の△は数字を表す。

【0020】また、図7には、一例として、キャンペー ン11、企業名12、メールアドレス13、の3項目を 示したが、その他の項目(賞品名、キャンペーン期間、 締切日等)を追加しても勿論構わない。(以上が、キャ ンペーンデータ格納手段である)。メールアドレスの発 行後に、キャンペーン対象の各広告媒体などにメールア ドレスを掲載して(S5)、キャンペーンを開始する

(S6)。(これらがキャンペーン受注手段の動作にな る)。また、特別なキャンペーンは行わないが、広告媒 体の広告効果のみを測定したい場合もあり、この場合の キャンペーン名は広告の対象の識別として用いられる。 続く、応募の動作は以下、図3、図4~5により説明す る。

【0021】図3に示すユーザーの所有する携帯無線端 末からの応募受付処理のフローを参照して、応募処理手 順(S30~S44)について順に説明する。ユーザー がキャンペーン又は広告媒体を知って携帯無線端末1か ら、広告媒体などに掲載されているメールアドレス宛て に送信すると(S30)、ネットワーク装置2内のメー ルサーバー3側に用意されているメールアドレス毎のメ ールポッスで受信され(S31)、キャンペーン登録の 際に作成されたキャンペーン又は広告媒体に対応したメ ールアドレスを参照してメールの解析が行われ(S3

2)、キャンペーンに付随する情報の送信や登録完了を 通知するユーザーのメールアドレスを作成する (S3 3)。例えば、メールボックスが図7に示す「9999 99 9…」と解析されたら、「NO1のABC交通社 提供の懸賞キャンペーン」であり、間違いなく現在実施 中のキャンペーンへの応募と判断して応募者登録を行い (S34)、応募者登録用の応募データベース21に登 録する(S35)。

【0022】ネットワーク装置2はキャンペーン・デー タベース20から図7のようなキャンペーン情報を検索 して(S36)、該当キャンペーンの懸賞応募ページ用 「URL」リンク付きのメールを作成し、メールサーバ - 3を介して応募者のアドレスへ送信することもできる (S37、S38)。「URL」リンク付きのメールを 受信した登録ユーザーは、街頭キャンペーン等の情報提 供用の「URL」を指定し、Webプラウザを介して縣 賞応募等をする(S39)。応募受付で懸賞応募ページ の応募受付を行った場合は(S40)、応募データベー ス21、会員データベース22を検索して本人認証を行 20 い、応募データベース21に懸賞応募登録や会員登録を 行う(S 4 1)。登録が完了したら、登録完了メールを ユーザーへ送信する(S42)。この際、毎回の手続を 簡略化するため、或いはポイントを取得しインセンティ プを得るために会員登録を希望する場合は登録の手続き を行う(S43)。会員として登録されたユーザーに は、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定の応 募を受付ける度にポイントを付与し、ユーザーは得られ たポイント数に相当する金券、商品券、予め用意された 商品、提携企業の商品等と交換することができる。な お、その他のS44は提供企業との発注・受注手続きに 関する部分である。このようにして、メールを送信する だけでキャンペーン応募方法が確立でき、さらにWeb ページを介して会員登録を行い、キャンペーンに関する 情報が得られる。

【0023】次に、図4~5のフローを参照して、更に 詳細な応募の処理動作について説明する。図4~5は、 図3に示す応募受付処理の詳細なフローを示す図であ る。先ず、ユーザーがキャンペーンに掲載されているメ ールアドレス宛てに空の応募メールを送信する(S10 0)。(これが、キャンペーン応募手段の動作であ る)。

【0024】図3に示したメールサーバー3のメールボ ックスでメールを受信したネットワーク装置2は、キャ ンペーン・データペース20を検索して応募申込みキャ ンペーンの有無を確認する(S101)。申込み対象の キャンペーンが存在しない場合、若しくは期間終了の場 合は、断りのメールを送信する(S102)。(以上 が、キャンペーン受付手段の動作となる)。

【0025】S101の判断で現在キャンペーン中の場 50 合は、更に応募データベース21を検索して申込みユー

ザーの応募履歴をチェックする(S103)。既に、応 募済みならば二重応募を避けるため「ごめんなさい」メ ールを送信して打ち切る(S104)。当キャンペーン への応募が初回ならば、応募データベース21に応募者 データを登録する(S105)。(これがキャンペーン 応募登録手段の動作となる)。

【0026】応募データペース21に応募者名を登録し たら、ネットワーク装置2はメールサーバー3を介して キャンペーンの懸賞ページ等の、提供情報の「URL」 リンク付きのメールを応募ユーザーに送信する(S10 10 6)。「URL」リンク付きのメールを受け取ったユー ザーは、「URL」を指定して懸賞応募のWebページ を呼出して応募する(S107)。(これが、提供情報 URL通知手段と、提供情報応募手段の動作となる)。 この場合の具体的なイメージは、図8の画面イメージに 示す。

【0027】図4のS106においてメールサーバー3 から送信されたメールは図8(a)のような内容とな る。ユーザーは「URL」を指定することで該当するW e b プラウザを起動させ、We b サーバー 7 から送信さ 20 れた図8(b)のような懸賞応募トップページから応募 する。ネットワーク装置2はWebサーバー7の応募受 付サイトを介し、ユーザーが入力したキャンペーンの有 無の確認 (S108) と、応募の確認 (S109) と、 応募データベース21を検索してキャンペーン応募者本 人であることの確認を行う(S111)。

【0028】次に、ネットワーク装置2は、応募者が既 に会員登録されているか否かを会員データベース22を 検索して確認する(S112)。非会員なら、図8

(c) に示すように、応募ページにアクセスしてきた応 30 募者がデフォルトとして設定された応募ページの各項目 に入力を行う(S114)ように促がす。一方、既に会 員の場合は、図9(c)に示すように、会員の各情報を デフォルトとして、予め入力される各項目を会員データ ペース22から引き出し入力を促がす(S113)。入 力された応募ページの内容を確認して(S115)、応 募データベース21に懸賞応募の登録を行う(S11 7).

【0029】最後に、会員登録のための、簡単応募の有 無のチェックを行い(S118)、無ければ応募完了メ ールをユーザーへ送信して終了する(S121)。あれ ば会員登録手続きを行って(S119)(これが会員登 録手段の動作となる)、登録完了をメールで送信する

(S120)。こうして、各ユーザーの応募が終了する (これが応募登録完了手段の動作となる)。

【0030】再び図2に戻って、クライアントの企業は 図1に示したクライアント端末装置4及びレポーティン グ手段により、インターネットなどの通信ネットワーク を介してキャンペーンの日別、広告媒体別に何処から何 た図3に示した応募データベース21からの応募者デー タのダウンロードができるので(S12)、これによっ て図4~5に示したS100からのフローに従い、メー ルによるキャンペーン又は広告媒体による広告効果測定 への応募者数と、懸賞応募ページへの応募者数の双方が 入手可能になり、さらにオンライン広告とオフライン広 告とのアクセス回数を総合的に入手することで、トータ ルとしての正確な広告効果を測定して企業宜伝予算に反 映させることができる。

【0031】このように、本実施の形態によれば、メー ル送受信機能とWebブラウザ機能を有する携帯電話等 によりキャンペーン応募が可能になり特別な閲覧ソフト を使用しなくてもアクセス可能になった。また、キャン ペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募だけな ら、該当するメールアドレスに送信するだけで良く、操 作も簡単である。また、キャンペーン又は広告媒体毎に メールアドレスを付与して識別IDとしたので、ユーザ ーがメールアドレスへ送信するだけで、メールボックス での受信により応募メールは自動的にキャンペーン又は 広告媒体毎に仕分けられ、キャンペーン・データベース にはキャンペーンとメールアドレスとが対応付けられて 格納されるので、キャンペーン・コードから一意に識別 できるようになって処理が効率化される。また、オンラ イン、オフライン双方のアクセスを、葉書やFAX、電 話等による各企業の受付数も含めて総合的にチェックす ることで、より正確なアクセス数が集計できるので、信 頼度の高い広告効果の測定が可能になる。

[0032]

【発明の効果】以上説明したように、請求項1に記載の 発明によれば、オフラインでの企業の各種広告媒体にお ける広告効果を評価するコンピュータシステムにおい て、各企業が提供するキャンペーン又は広告媒体を特定 するキャンペーン特定情報とキャンペーン又は広告媒体 に対応付けられたメールアドレスとを含むキャンペーン ・データベースと、広告媒体に掲載されたメールアドレ スを用いてキャンペーン又は広告媒体による広告効果測 定に応募したユーザーの入力情報が登録される応募デー タベースとを備え、キャンペーン又は広告媒体による広 告効果測定を、インターネットを含む通信ネットワーク を介してユーザーが広告媒体に掲載されたメールアドレ ス宛てに携帯無線端末より電子メールを送信することに よって行うので、ユーザーにとって簡単な手法であり、 且つ正確な広告効果の測定が可能になる。

【0033】請求項2に記載の発明によれば、キャンペ ーンを行う各企業を特定する企業特定情報が登録される 企業データベースを備え、クライアント企業からの受注 キャンペーン又は広告媒体に対し特定のメールアドレス を発行して割当てるメールアドレス発行手段と、企業の キャンペーン登録を行い、メールアドレスを各広告媒体 人応募したかの表示を見ることができる(S10)。ま 50 に掲載してキャンペーンを開始するキャンペーン受注手

段と、メールアドレス発行手段によりキャンペーン又は 広告媒体に対応付けられたメールアドレスをキャンペーン・データベースに格納するキャンペーンデータ格納手 段とを備えることで、クライアント企業が簡単に広告効 果測定のためのキャンペーン又は広告媒体の登録と提供 ができる。

【0034】請求項3に記載の発明によれば、メール送受信機能を有する携帯無線端末を用いて、キャンペーン又は広告媒体に対応付けられたメールアドレスにユーザーが空のメールを送信して、キャンペーン又は広告媒体 10による広告効果測定への応募を行うキャンペーン応募手段と、ユーザーからの応募メールを受付け該当キャンペーン又は広告媒体の有無をキャンペーン・データベースより確認するキャンペーン受付手段と、キャンペーンが応募対象期間であれば応募データベースを確認しユーザーの応募データが無い場合は応募データベースに登録するキャンペーン応募登録手段とを備えることで、ユーザーの重複応募を避けると共に正確な広告効果測定が可能になる。

【0035】請求項4に記載の発明によれば、キャンペ 20 ーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザーからのメールを受信しメールアドレス毎のメールボックスを有するメールサーバーを備え、キャンペーン受付手段は、ユーザーの携帯無線端末からの応募送信メールを自動的にキャンペーン又は広告媒体毎に仕分けるので、キャンペーン受付処理が効率化されて、応募データペースへの書込みが機能的となり正確な集計が可能になる。

【0036】請求項5に記載の発明によれば、キャンペ ーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユーザ 30 ーを特定するID、パスワード、名前(又は名称)を少 なくとも含む会員特定情報が登録される会員データベー スと、キャンペーンを提供するクライアント企業、キャ ンペーン又は広告媒体による広告効果測定に応募するユ ーザー、及びシステム管理者に情報を提供するWebサ ーパーとを備え、メールサーバーは、ユーザーにキャン ペーン又は広告媒体に係わる情報をメールで送信する機 能を有し、キャンペーン応募登録手段で登録済みのユー ザーに、キャンペーンを行う企業の提供情報が掲載され たWebページのURLリンク付きメールを送信する提 40 供情報URL通知手段と、メール送受信機能とWebブ ラウザ機能とを有する携帯無線端末を用いて、ユーザー が前記URLを指定してWe bページを参照し、提供情 報の懸賞・プレゼント等に応募する提供情報応募手段 と、ユーザーが参照する提供情報のWebページへの入 力により、応募データペースから再度該当ユーザーのチ エックを行い、ユーザーが必要事項を入力することによ って会員データペースへの会員登録を行う会員登録手段 と、ユーザーに応募又は会員登録手続きの完了をメール で通知する応募登録完了手段とを備えることで、オフラ 50

イン広告において、携帯無線端末からの応募ルートを拡大して多くの告知効果が得られ、各広告媒体効果の正確な測定を企業の宜伝、経営に反映させることができる。 【0037】請求項6に記載の発明によれば、会員登録が完了したユーザーに、キャンペーン又は広告媒体による広告効果測定への応募を受付ける度にポイントを付与し、得られたポイントに相当する金券又は商品との交換ができるようにしたので、広告効果測定のメリットがユーザーにも還元され、広告効果測定が促進される。

【0038】請求項7に記載の発明によれば、ユーザーが応募したキャンペーン又は広告媒体に係わる広告閲覧効果を、通信ネットワークを介して確認できるレポーティング手段と、キャンペーン又は広告媒体に係わる応募者データをデータペースからダウンロードできる応募者データダウンロード手段とを備えることで、キャンペーン又は広告媒体を提供するクライアント企業が、その広告効果を知ることができる。

【0039】請求項8に記載の発明によれば、メールアドレスは、ユーザーIDの部分を複数桁の数字で構成し、少なくとも最初の2桁以上にキャンペーン・コードを割当て、次の複数桁に自由コードを割当て、最終桁に誤り訂正のチェックデジットを付加しているので、携帯電話などの番号入力だけで対象とするキャンペーン又は広告媒体を簡単に指定することができ、特別な閲覧ソフトを必要としないメールだけの応募が可能になる。

【0040】請求項9に記載の発明によれば、キャンペーン・データベースは、少なくともキャンペーン又は広告媒体を特定するキャンペーン特定情報とメールアドレスとを関連付けて格納し、メールアドレスのキヤンペーン・コードを検索することによってキャンペーン又は広告媒体を一意に識別できるので、キャンペーンの検索が容易になり、キャンペーンの検索、参照処理を高速化できる。

【0041】請求項1.0に記載の発明によれば、レポーティング手段および応募者データダウンロード手段は、オンライン応募アクセスと、オフライン応募アクセスとを総合したトータルのアクセス回数を集計して、正確な広告効果の測定を可能にしたことで、総合的な視野から見た、より経済効果のある広告を作成する手助けになる。

#### 【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の実施の形態における広告効果測定管理 システムの構成図である。

【図2】図1に示す広告効果測定管理システム全体の業務フローを示す図である。

【図3】図2に示すユーザーからの携帯無線端末での応募受付処理のフローを示す図である。

【図4】図3に示す応募受付処理の詳細フロー(その1)を示す図である。

【図5】図3に示す応募受付処理の詳細フロー(その

14

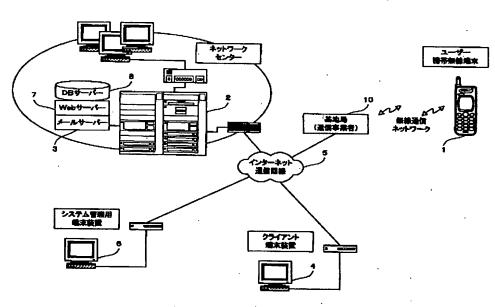
- 2) を示す図である。
- 【図6】図2に示すメールアドレスの一例を示す図である。
- 【図7】図3に示すキャンペーン・データベースの内容 例を示す図である。
- 【図8】図4、図5に示す応募プロセスの説明図である。
- 【図9】図8に示す応募プロセスの、会員の場合の説明 図である。

【符号の説明】

1 携帯無線端末

- 2 ネットワーク装置
- 3 メールサーバー
- 4 クライアント端末装置・
- 5 インターネット通信回線
- 6 システム管理用端末装置
- 7 Webサーバー
- 8 データペース・サーバー
- 20 キャンペーン・データベース
- 21 応募データペース
- 10 22 会員データベース
  - 23 企業データベース

[図1]



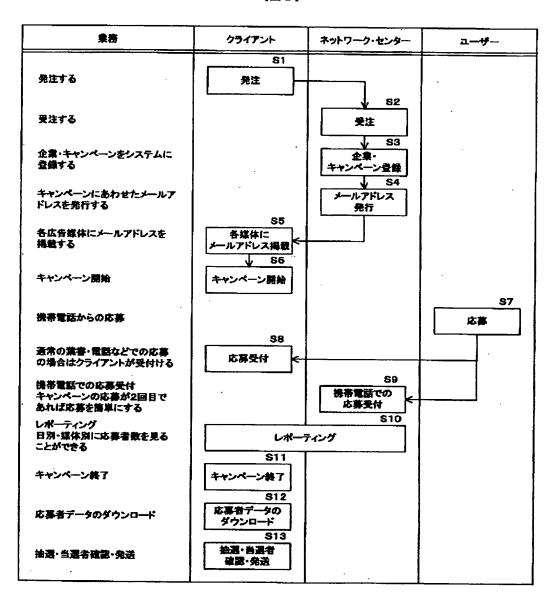
【図6】

#### メールアドレス

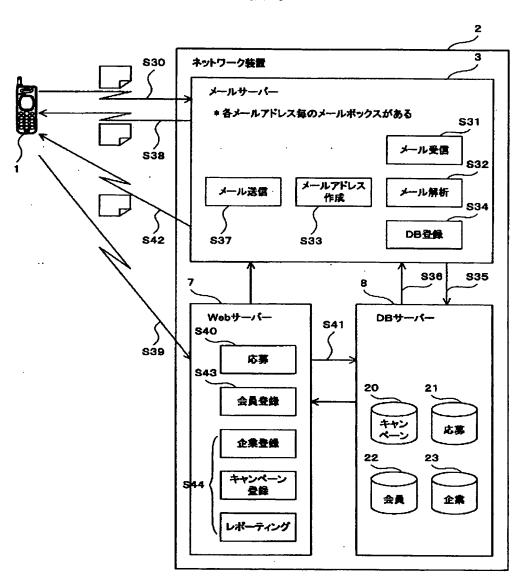
# 99 9999 9@abcde. abc. ne. jp (1) (2) (3) (4)

- (1)キャンペーンコード 各キャンペーン毎に付与されるコード
- (2)自由コード キャンペーン毎に企業が自由に設定できるコード(媒体毎、地域毎など)
- (3)チェックデジット (1)(2)の数値が正確に記述されているかどうかをチェックするためのもの
- (4)ドメイン センターが保有しているドメインを選択できる

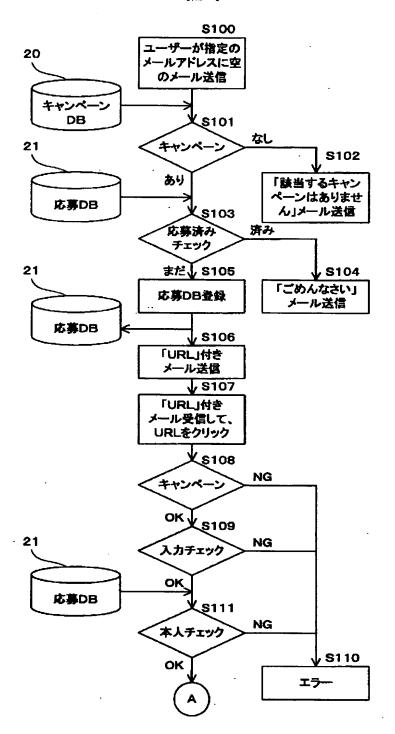
【図2】

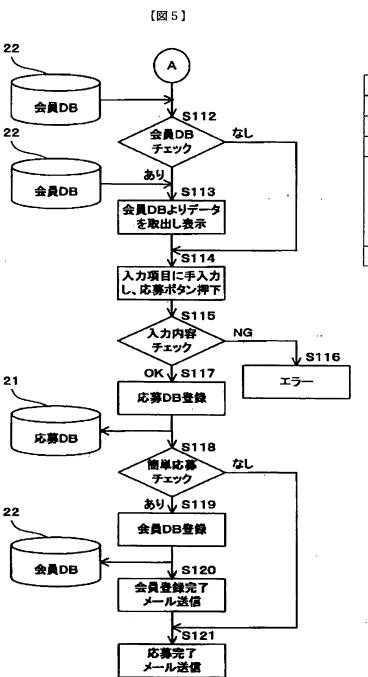


【図3】



[図4]

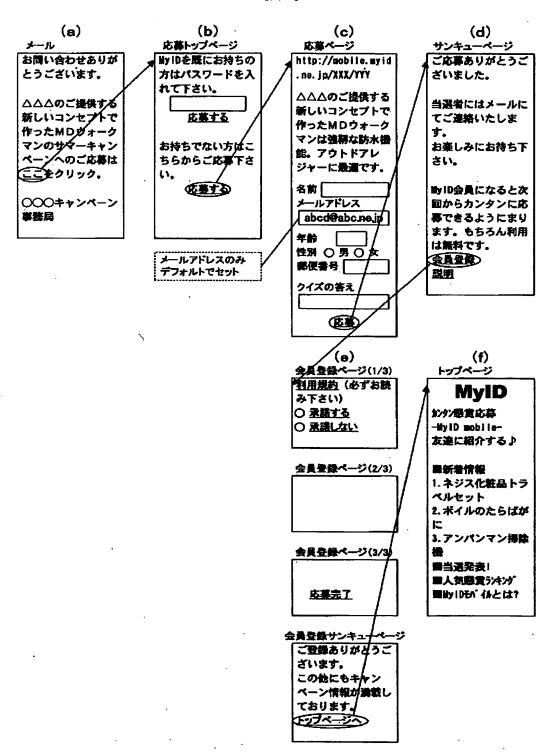




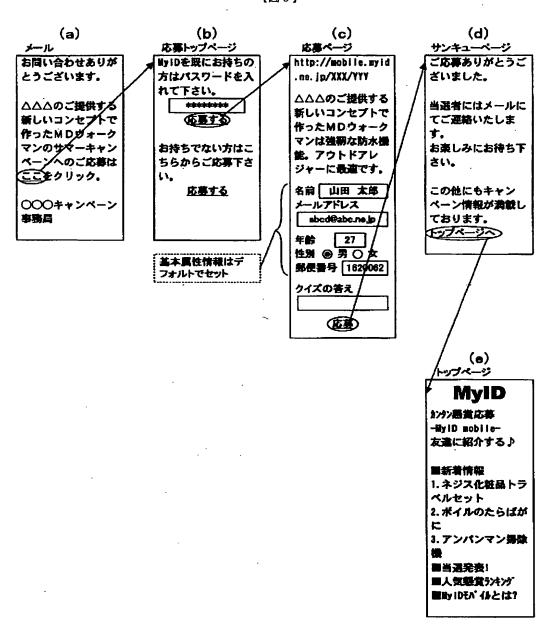
10	ζ	12	13
NO	キャンペーン名	全常名	<b>メールアドレス</b> ・
1	. <del>#</del>	ABC交通	89 9899 9
2	000	ABC健行	ΔΔ ΔΔΔΔ Δ
3	000	ABCE#	ΔΔ ΔΔΔΔ Δ
:	:	:	:
n	000	ABC航空	ΔΔ ΔΔΔΔ Δ

[図7]

【図8】



[図9]



# This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning Operations and is not part of the Official Record

## **BEST AVAILABLE IMAGES**

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:		
☐ BLACK BORDERS		
☐ IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES		
☐ FADED TEXT OR DRAWING		
☐ BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING		
□ SKEWED/SLANTED IMAGES		
COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS		
☐ GRAY SCALE DOCUMENTS		
☐ LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT		
☐ REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY		
□ OTHER.		

# IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.